ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA PRODUK *AIRPODS* PALSU DI TOKOPEDIA

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan

Mencapai derajat S-1

MUHAMMAD ATHA ZENOBIA

NIM: A1011221091

PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI HUKUM

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI SAINS DAN

TEKNOLOGI REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

FAKULTAS HUKUM

PONTIANAK

2026

ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA PRODUK *AIRPODS* PALSU DI TOKOPEDIA

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD ATHA ZENOBIA

NIM: A1011221091

PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI HUKUM

Skripsi Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI SAINS DAN

TEKNOLOGI REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

FAKULTAS HUKUM

PONTIANAK

2026

ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA PRODUK *AIRPODS* PALSU DI TOKOPEDIA

Tanggung-Jawab Yuridis Pada:

Muhammad Atha Zenobia

NIM. A1011221091

Disetujui Oleh:

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Siti Rohani, S.H., M. Hum.	**Hj. Ismawartati, S. H., M. H.**
NIP. 197509232000032001	**NIP. 196107251990022001**

Disahkan Oleh:
Dekan Fakultas Hukum

Dr. Hj. Sri Ismawati, S.H., M. Hum.
NIP. 196610291992022001

Tanggal Lulus : 30 Juli 2026

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

FAKULTAS HUKUM

PONTIANAK

Tim Penguji

Jabatan	Nama dan NIP	Pangkat/ Golongan	Tanda Tangan
Ketua Penguji/ Pembimbing I	Dr. Siti Rohani, S.H, M. Hum NIP. 197509232000032001	IV/a/ Pembina	
Sekretaris Penguji/ Pembimbing II	Hj. Ismawartati, S.H, M.H NIP. 196107251990022001	IV/b/ Pembina Tingkat I	
Penguji I	Dr. M. Qahar Awaka, S.H, L.L.M NIP. 198112122006041002	III/b/ Penata Muda Tingkat I	
Penguji II	Dina Karlina, S.H, M. Hum NIP. 197308062000122001	III/d/ Penata Tingkat I	

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Hukum

Universitas Tanjungpura

Pontianak

Nomor : 2982/DST/UN22.1/DT.00.10/2026

Tanggal : 27 Juli 2026

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Muhammad Atha Zenobia
NIM	:	A1011221091
Bagian	:	Hukum Ekonomi
Program Studi	:	Ilmu Hukum
Judul Skripsi	:	Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Pada Produk *AirPods* Palsu di Tokopedia

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Bahwa dalam melaksanakan otonomi keilmuan dan kebebasan akademi, mahasiswa wajib menjunjung tinggi nilai kejujuran dan etika akademik, terutama larangan untuk melakukan plagiat dalam menghasilkan karya ilmiah, sehingga kreativitas dalam bidang akademik dapat tumbuh dan berkembang.
2. Oleh karena itu, jika dikemudian hari terbukti hasil penulisan Skripsi/Tugas Akhir ini ternyata merupakan hasil dari jiplakan/pengambil alihan tulisan atau buah pikiran milik orang lain (hasil plagiat), maka saya menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pontianak, 30 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Atha Zenobia
NIM. A1011221091

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi/Tugas Akhir ini yang berjudul "Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Pada Produk *AirPods* Palsu Di TOKOPEDIA".

Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar sarjana hukum, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura. Dan dalam penulisan skripsi ini penulis tentunya tidak dapat menyelesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan arahan yang baik, serta dukungan dari orang-orang yang disekitar saya. Karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak;
2. Ibu Dr.Hj. Sri Ismawati, S.H., M. Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak;
3. Bapak Edy Suasono, S.H., M.hum., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas HukumUniversitas Tanjungpura Pontianak;
4. Ibu Dr. Siti Rohani, S.H., M. Hum., selaku Pembimbing I dalam Penulisan Skripsi ini;

5. Ibu Hj. Ismawartati, S.H., M.H., selaku Pembimbing II dalam Penulisan Skripsi ini;
6. Bapak Dr. M. Qahar Awaka, S.H., LL.M., M.E., selaku Penguji I dalam Penulisan Skripsi ini;
7. Ibu Dina Karlina, S.H., M. Hum., selaku Penguji II dalam Penulisan Skripsi ini;
8. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff di Lingkungan Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak;
9. Kepada kedua orang tua dan saudara saya yang memberikan dukungan, doa, dan pengorbanan yang tak terhingga nilainya;
10. Kepada Teman-Teman Angkatan 2022 Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak.

ABSTRAK

Perkembangan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*) di Indonesia membawa kemudahan transaksi, namun di sisi lain memicu maraknya peredaran barang ilegal, salah satunya produk *Apple AirPods* palsu di *platform* Tokopedia. Penjual memanfaatkan asimetri informasi dan rekayasa digital (seperti duplikasi nomor seri dan manipulasi animasi pop-up pada sistem iOS) serta fitur promosi "Diskon Kilat" (Flash Sale) untuk mengecoh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualifikasi pelanggaran hukum oleh pelaku usaha yang menjual *AirPods* palsu di Tokopedia berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta mengkaji upaya dan bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh Tokopedia dalam mengatasi dampak kerugian yang dialami konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Sumber bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer (UUPK, UU ITE, PP PMSE) dan bahan hukum sekunder (jurnal, buku, dan data internet yang relevan). Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif untuk menghasilkan penafsiran hukum yang komprehensif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha (penjual) *AirPods* palsu di Tokopedia secara sah telah melanggar ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf a dan f serta Pasal 9 ayat (1) huruf j UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

karena memperdagangkan barang cacat tersembunyi yang tidak sesuai standar kualitas, jaminan, dan informasi yang jujur. Sementara itu, Tokopedia selaku penyelenggara *platform* telah memiliki regulasi privat berupa Kebijakan Anti Pemalsuan dan sistem sanksi internal (penurunan produk, pemblokiran akun, hingga pemotongan saldo otomatis untuk *refund*) sebagai pemenuhan kewajiban hukum berdasarkan PP PMSE dan UU ITE. Tindakan represif ini menempatkan Tokopedia di dalam perlindungan doktrin *Safe Harbor* (Surat Edaran Menkominfo No. 5/2016), membebaskannya dari tanggung jawab renteng. Pemulihan hak konsumen melalui Pusat Resolusi menjadi garda terdepan (first-line defense) yang efektif, meskipun efektivitas preventifnya masih terhambat oleh manipulasi semantik penjual dan kemudahan pembuatan akun baru.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, *AirPods* Palsu, *E-commerce*, Tokopedia, *Safe Harbor*.

ABSTRACT

The rapid development of Electronic Commerce (*e-commerce*) in Indonesia offers transaction conveniences, but conversely triggers the proliferation of illegal goods, such as counterfeit *Apple AirPods* on the Tokopedia *platform*. Sellers exploit information asymmetry, digital manipulations (e.g., duplicating active serial numbers and cloning iOS pop-up animations), and promotional features like "Flash Sale" to deceive buyers. This study aims to analyze the legal qualification of violations committed by merchants selling fake *AirPods* on Tokopedia under the Consumer Protection Act and to examine the efforts and accountabilities undertaken by Tokopedia in mitigating the financial losses suffered by consumers.

The research method employed in this undergraduate thesis is normative legal research with a statutory approach and a conceptual approach. The sources of legal materials comprise primary legal materials (Consumer Protection Act, ITE Law, Government Regulation on *E-commerce*) and secondary legal materials (journals, books, and relevant *online* data). The gathered materials are analyzed qualitatively to construct a comprehensive legal interpretation.

The results of the study indicate that merchants selling counterfeit *AirPods* on Tokopedia strictly violate Article 8 paragraph (1) subparagraphs a and f, as well as Article 9 paragraph (1) subparagraph j of Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, due to trading products with hidden defects that do not comply with quality standards, guarantees, and honest information. Meanwhile, Tokopedia as the *platform* provider has established private regulations, including

an Anti-Counterfeiting Policy and an internal sanction system (takedown policy, account suspension, and automatic merchant balance deduction for *refund*s) to fulfill its legal obligations under the *E-commerce* Regulation and the ITE Law. These repressive measures keep Tokopedia within the protection of the *Safe Harbor* doctrine (Circular Letter of the Minister of Communication and Information No. 5/2016), exonerating it from joint liability. Consumer rights restoration via the Resolution Center acts as an effective first-line defense, although its preventive efficacy remains hindered by the merchants' semantic manipulations and the ease of creating new accounts.

Keywords: Consumer Protection, Counterfeit *AirPods*, *E-commerce*, Tokopedia, *Safe Harbor*.

DAFTAR ISI

COVER i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN TIM PENGUJI iv

PERNYATAAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK viii

ABSTRACT x

DAFTAR ISI xii

DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 10

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian 10

E. Keaslian Penelitian 12

F. Kerangka Teori 13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 22

A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen 22

B. Tinjauan Umum Konsumen 23

C. Tinjauan Umum Upaya Perlindungan Hukum Konsumen 25

D. Tinjauan Umum *E-COMMERCE* 30

E. Tinjauan Umum True Wireless Stereo (TWS) 32
BAB III METODE PENELITIAN 33
A. Jenis dan Sifat Penelitian 33
B. Jenis Data 34
C. Cara Pengumpulan Data 36
D. Analisis Data 37
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 38
A. Implementasi regulasi hukum perlindungan konsumen di Indonesia dalam melindungi konsumen terhadap produk *AirPods* palsu pada toko *e-commerce* Tokopedia di Indonesia 38
B. Upaya yang dapat dilakukan Tokopedia dalam mengatasi kerugian yang ditimbulkan oleh produk *AirPods* palsu tersebut? 63
BAB V PENUTUP 75
A. Kesimpulan 75
B. Saran 77
DAFTAR PUSTAKA 79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1. Toko Menjual *AirPods* Palsu 45

Gambar 4. 2. Toko Menjual *AirPods* Palsu 46

Gambar 4. 3. Ulasan Toko 47

Gambar 4. 4. Ulasan Toko 48

Gambar 4. 5. Kebijakan Tokopedia 50

Gambar 4. 6. Kebijakan Tokopedia 51

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara hukum, segala bentuk pemerintahan dan kehidupan sosial harus didasarkan pada hukum yang berlaku dan dipatuhi oleh semua orang, termasuk pemerintah, tanpa terkecuali. Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa "Negara Indonesia adalah negara hukum," menegaskan supremasi hukum sebagai dasar kekuasaan negara.[1] Dalam situasi seperti ini, hukum tidak hanya menjadi undang-undang formal, tetapi juga berfungsi untuk melindungi hak asasi manusia dan kebebasan individu, memberikan kepastian hukum, dan memastikan bahwa semua warga negara memiliki kedudukan yang sama di depan hukum. Oleh karena itu, perlindungan hukum merupakan komponen penting dari konsep negara hukum, di mana hukum berfungsi sebagai alat untuk melindungi hak-hak warga negara dari tindakan yang tidak adil dan sewenang-wenang serta memastikan bahwa otoritas pemerintah dijalankan sesuai dengan undang-undang.

Untuk memastikan penegakan hukum yang efektif dan perlindungan hak warga negara, implementasi negara hukum Indonesia juga mencakup prinsip-prinsip seperti supremasi hukum, persamaan di hadapan hukum, dan proses hukum yang adil, serta pembagian kekuasaan yang jelas antara legislatif, eksekutif, dan yudikatif.

[1] Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Kegiatan jual beli merupakan bentuk konkret dari pertukaran barang dan jasa, kegiatan perekonomian sangat terkait dengan transaksi jual beli. Proses ekonomi itu sendiri adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia melalui mekanisme pasar, dan kegiatan perekonomian sangat terkait dengan proses ini.

Transaksi jual beli *online* merupakan kegiatan pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet tanpa memerlukan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, yang memungkinkan transaksi dilakukan kapan saja dan dari mana saja.[2] Fenomena ini menunjukkan adanya transformasi signifikan dalam sistem perdagangan modern yang didorong oleh perkembangan teknologi digital.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 sebagai Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memperkuat pengakuan hukum terhadap transaksi elektronik dengan menegaskan keabsahannya sebagai alat bukti yang sah di pengadilan.[3] Selama memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan, ketentuan ini memastikan bahwa transaksi *online* memiliki kekuatan hukum yang sama dengan transaksi konvensional.

[2] Amartha Tech, "Transaksi Online Adalah: Pahami Jenis-Jenis dan Manfaatnya," amartha.com, diakses 22 Desember 2025, https://amartha.com/blog/amarthalink/transaksi-online-adalah/.
[3] Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kominfo, "Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024," diakses Desember 22,
2025, https://jdih.komdigi.go.id/index.php/produk_hukum/view/id/884/t/undangundang+nomor+1+tahun+2024.

Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) didefinisikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.[4] Sebagaimana dinyatakan dalam penjelasan umum undang-undang tersebut, istilah "konsumen" dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara khusus merujuk pada konsumen akhir atau konsumen akhir, yang merupakan subjek utama perlindungan hukum. Konsumen akhir adalah orang yang membeli atau menggunakan barang dan jasa yang tidak dimaksudkan untuk diperdagangkan kembali atau digunakan dalam proses pembuatan barang lain.

E-commerce merupakan kegiatan perdagangan elektronik yang melibatkan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, world wide web, atau jaringan komputer lainnya.[5] *E-commerce* adalah jenis perdagangan canggih yang memanfaatkan sistem elektronik untuk memudahkan pertukaran barang dan jasa melalui internet dan jaringan komputer. Peraturan pelaksana utama, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui

[4] N. A. Sinaga, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia," Jurnal Ilmu Hukum dan Dinamika Masyarakat 1, no. 1 (2015): 12, diakses 22 Desember 2025, https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jihd/article/download/110/107.
[5] Muh. Faisal Rahman Hakim, "Konsep Hukum tentang Aplikasi E-Commerce," Skripsi (Universitas Mataram, 2021): 15, diakses 22 Desember 2025, https://fh.unram.ac.id/wp-content/uploads/2021/08/Muh.-Faisal-Rahman-Hakim-D1A017188.pdf

Sistem Elektronik (PP 80/2019), mengatur perdagangan *e-commerce* secara khusus, termasuk hak dan kewajiban pelaku usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan perlindungan konsumen.

Tokopedia adalah *platform e-commerce* yang menggunakan aplikasi dan situs web untuk menawarkan pengguna kesempatan untuk berbelanja secara *online* dari berbagai macam merek dan menemukan toko-toko di internet. *Platform* ini menawarkan berbagai macam produk dalam berbagai kategori, termasuk barang elektronik.

Tokopedia sebagai *e-commerce* terhubung dengan konsumen dalam hubungan saling membutuhkan yang membentuk ekosistem perdagangan digital. Konsumen bergantung pada Tokopedia untuk mendapatkan barang dan jasa dengan cepat, mudah, dan praktis, sedangkan Tokopedia bergantung pada aktivitas belanja konsumen untuk menciptakan dan mempertahankan arus transaksi di *platform*nya. Infrastruktur digital Tokopedia terdiri dari pasar, sistem pembayaran, dan layanan logistik.

Konsumen dan Tokopedia sebagai *e-commerce*, terlibat dalam hubungan timbal balik yang membentuk ekosistem ekonomi digital. Tokopedia membantu pelanggan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka karena kemudahan akses, banyak pilihan produk, berbagai metode pembayaran, dan layanan yang cepat tanpa batasan ruang dan waktu. Sebaliknya, arus transaksi yang dihasilkan oleh aktivitas pelanggan seperti pencarian, pemilihan, dan pembelian adalah dasar bagi Tokopedia untuk mengembangkan fitur, algoritma rekomendasi, dan strategi pemasaran yang

lebih personal. Tokopedia menggunakan data perilaku konsumen, seperti riwayat pencarian, preferensi produk, ulasan, dan kebiasaan belanja, untuk meningkatkan layanan dan pengalaman pengguna, meningkatkan kepuasan pengguna dan meningkatkan frekuensi dan nilai transaksi. Dengan demikian, konsumen bukan hanya pihak yang menikmati layanan Tokopedia, tetapi juga aktor utama dalam perputaran barang, jasa, dan uang di *platform*.

Perlindungan hukum merupakan komponen penting dari konsep negara hukum, di mana hukum berfungsi sebagai alat untuk melindungi hak-hak warga negara dari tindakan yang tidak adil dan sewenang-wenang serta memastikan bahwa pemerintah menjalankan kekuasaannya dengan cara yang adil.

Perlindungan hukum adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah atau penguasa melalui peraturan yang memaksa untuk melindungi hak dan kepentingan individu atau masyarakat agar terhindar dari tindakan yang merugikan serta menjamin kepastian hukum.

Penjaminan hak konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa yang sesuai dengan yang dijanjikan dan aman untuk digunakan, sangat penting bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa mereka memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang atau jasa sehingga

mereka dapat membuat keputusan yang tepat dan terlindungi dari kerugian akibat informasi yang salah atau tidak lengkap. Tujuan dari kewajiban pelaku usaha ini adalah untuk menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, memberikan keyakinan hukum, dan menjamin bahwa konsumen aman dan selamat saat menggunakan barang atau jasa. Perlindungan konsumen sangat erat terkait dengan posisi Indonesia sebagai negara hukum, karena sebagai negara hukum, negara tersebut bertanggung jawab untuk memberikan perlindungan hukum kepada seluruh warganya, termasuk konsumen.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui sistem Elektronik dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah undang-undang lain dengan tujuan yang sama untuk melindungi konsumen.

Perlindungan hukum konsumen menunjukkan peran negara hukum Indonesia dalam menjaga keadilan, stabilitas, dan perlindungan hak asasi manusia dalam hal konsumsi. Melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, negara melindungi konsumen dari tindakan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dan memastikan bahwa pelaku usaha memenuhi kewajiban mereka untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur untuk mewujudkan lingkungan bisnis yang sehat dan berkeadilan. Singkatnya, prinsip negara hukum Indonesia menjamin hak konsumen,

menegakkan supremasi hukum, dan menciptakan keadilan dan kepastian hukum dalam hubungan konsumen-pelaku usaha, termasuk perlindungan hukum konsumen terkait kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur.

Transaksi jual beli yang dilakukan melalui toko *e-commerce* seringkali memiliki konsekuensi negatif, seperti bisnis yang melanggar tanggung jawabnya sehingga merugikan hak konsumen. Contoh konsekuensi negatif tersebut termasuk penjualan produk palsu yang terlihat seperti produk asli atau aslinya, yang dapat menipu beberapa konsumen. Pelaku usaha curang memasarkan barang palsu tersebut di toko *online* menggunakan metode yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang ITE, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Elektronik.

Pelaku bisnis tidak boleh mengelabui pelanggan dengan memberikan informasi yang salah dan menyesatkan tentang barang dan jasa yang mereka jual. seperti yang tercantum dalam Pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha, Pasal 8 tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Pasal 28 tentang perbuatan yang dilarang dalam Undang-

Undang Nomor 8 Tahun 2008 tentang ITE, Pasal 34 tentang iklan elektronik dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan Pasal 19 dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Pada kenyataannya, masih banyak pelanggaran yang sering terjadi dalam transaksi jual beli *online*, seperti pemalsuan produk yang sering mengelabui beberapa pembeli dengan informasi yang tidak akurat, terutama di toko *e-commerce* Tokopedia. Salah satu produk yang sering menjadi target pemalsuan adalah *AirPods*. *AirPods* adalah sepasang penyuara telinga tanpa kabel salah satu produk dari *Apple*, bentuknya yang berwarna putih sangat mirip dengan penyuara telinga standar iPhone yang selama ini dikenal dengan sebutan EarPods bedanya *AirPods* tidak memakai kabel.

Karena harga premium produk asli *AirPods* (Rp. 2,5 juta hingga Rp. 4 juta) menciptakan celah pasar bagi pelanggan hemat biaya yang ingin status eksklusif *Apple* dengan harga terjangkau (Rp. 300 hingga Rp. 800 ribu), pemalsu sering memanfaatkannya untuk menghasilkan keuntungan yang besar. Teknologi TWS yang murah dan desain *AirPods* yang sederhana dan ikonik memungkinkan pemalsu membuat replika 1:1 yang sulit dibedakan, terutama dari foto listing marketplace. *AirPods* mendapat permintaan tinggi karena permintaan tinggi dari Gen Z dan milenial Indonesia terhadap earbuds nirkabel eksklusif. Di sisi lain, kesulitan

verifikasi otentisitas secara *online*, seperti menggunakan serial number palsu dan packaging yang mirip, memudahkan penjual yang curang untuk menghindari algoritma deteksi *platform*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan berfokus pada upaya peningkatan perlindungan konsumen terhadap peredaran produk *AirPods* palsu yang berada di *e-commerce* Tokopedia, beserta bagaimana upaya yang dapat dilakukan Tokopedia dalam mengatasi kerugian yang ditimbulkan oleh produk *AirPods* palsu tersebut dan dituliskan dalam penelitian ini yang berjudul "ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA PRODUK *AIRPODS* PALSU DI TOKOPEDIA".

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah disusun dan dituliskan diatas, terdapat beberapa masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, yang bertujuan:

1. Bagaimana implementasi regulasi hukum perlindungan konsumen di Indonesia dalam melindungi konsumen terhadap produk *AirPods* palsu pada toko *e-commerce* Tokopedia di Indonesia?
2. Upaya yang dapat dilakukan Tokopedia dalam mengatasi kerugian yang ditimbulkan oleh produk *AirPods* palsu tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun diatas, adapula tujuan yang diharapkan akan tercapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis secara mendalam implementasi regulasi hukum perlindungan konsumen di Indonesia dalam melindungi hak-hak konsumen dari peredaran produk *AirPods* palsu yang dijual melalui *platform e-commerce* Tokopedia.
2. Upaya yang telah dan dapat dilakukan oleh Tokopedia dalam menangani serta mengurangi dampak kerugian yang dialami konsumen akibat pembelian produk *AirPods* palsu di *platform* tersebut.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang bisa dibagi menjadi dua (2), yaitu manfaat secara teoritis dan praktis yang antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya di bidang perlindungan konsumen pada era digital dan perdagangan elektronik. Penelitian ini juga bertujuan memperluas wawasan akademis mengenai efektivitas penerapan regulasi hukum dalam upaya mengatasi peredaran produk palsu di *platform e-commerce*. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi yang berharga bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji isu-isu serupa dalam konteks perlindungan konsumen dan hukum perdagangan digital.

2. Manfaaat Praktis

Sementara itu, secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi yang konstruktif bagi Tokopedia dalam meningkatkan kebijakan serta mekanisme perlindungan konsumen, terutama terkait dengan produk-produk palsu. Penelitian ini juga bertujuan membantu konsumen untuk lebih memahami hak-hak mereka dan langkah-langkah yang dapat diambil ketika mengalami kerugian akibat produk palsu. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi pembuat kebijakan dan lembaga perlindungan konsumen dalam menyusun dan memperkuat regulasi yang mendukung terciptanya perdagangan digital yang adil, aman, dan terpercaya bagi seluruh masyarakat.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian Lucki Ananda Gulzard (Skripsi, 2025) berjudul "Analisis Perlindungan Konsumen Dalam Peredaran *Apple* Watch Palsu Pada Toko *E-commerce* di Indonesia" menunjukkan kesamaan karena sama-sama membahas tentang penjualan produk palsu di sebuah *e-commerce*. Perbedaannya adalah di objek produk palsu yang dibahas penelitian ini adalah *AirPods* palsu merek *Apple* dan *e-commerce* yang diteliti adalah Tokopedia.

Penelitian Fery Agung Alviansyah Tombeng (Skripsi, 2023) berjudul "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Korban Penipuan Iklan Telekomunikasi yang Menyesatkan" menunjukkan kesamaan karena keduanya berkaitan dengan iklan atau deskripsi produk yang menyesatkan pelanggan. Perbedaannya, Tombeng menyelidiki kasus penipuan iklan produk Samsung dengan spesifikasi yang tidak tepat, sementara penelitian ini menyelidiki bagaimana produk *Apple AirPods* palsu dijual di *platform e-commerce* Tokopedia.

Penelitian Muhammad Kevin Arnanta (Skripsi, 2022) yang berjudul "Analisis Yuridis Perlindungan Hukum bagi Konsumen Melalui Transaksi E-Commerce di Shopee" memiliki kesamaan dari penelitian ini karena keduanya menyelidiki perlindungan hukum konsumen di *platform e-commerce*. Namun, penelitian Arnanta menunjukkan ketidaksesuaian produk secara keseluruhan dengan perjanjian, sedangkan penelitian yang

sedang diteliti lebih spesifik, berfokus pada penjualan *Apple AirPods* palsu di Tokopedia.

Melalui tiga perbandingan di atas, jelas bahwa penelitian ini menawarkan inovasi dengan berfokus pada satu jenis produk (*AirPods*) dalam konteks *e-commerce* melalui pendekatan hukum perlindungan konsumen. Ini memberi kontribusi khusus yang penelitian sebelumnya belum bahas secara menyeluruh.

F. Kerangka Teori

1. Perlindungan Konsumen

Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.[6] Karena kurangnya informasi dan daya tawar, konsumen biasanya memiliki posisi yang lemah dalam hubungan mereka dengan bisnis.

Norma, standar kualitas, kewajiban pelabelan yang tepat, dan pengawasan pemerintah dalam peredaran barang adalah cara untuk melindungi serta melakukan pencegahan. Perlindungan pencegahan dalam pasar dapat dilakukan melalui verifikasi penjual, penandaan toko

[6] *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 1 angka 2.

resmi, algoritma yang mendeteksi produk palsu, dan memberi tahu pelanggan tentang karakteristik produk asli.

2. Konsumen

Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, tidak untuk diperdagangkan, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain. Menurut penjelasan UUPK, konsumen adalah pihak yang menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka dan tidak untuk tujuan komersial.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong pergeseran perilaku konsumen dari transaksi konvensional menuju transaksi elektronik melalui *platform e-commerce*.[7] Ketika konsumen berinteraksi dengan bisnis dalam *e-commerce*, mereka berinteraksi melalui media digital. Akibatnya, kualitas pengambilan keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh informasi tentang produk, metode pembayaran, dan metode pengiriman. Penelitian mengenai pengalaman konsumen dalam *e-commerce* menunjukkan bahwa antarmuka *platform*, kejelasan informasi produk, serta sistem ulasan dan rating

[7] Khairunnisa Siregar, "Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha Menurut UUPK," Jurnal Akrab Hukum 7, no. 1 (2025), diakses 27 Januari 2026, https://jurnal.locusmedia.id/index.php/jalr/article/download/572/314/811.

mempengaruhi kepercayaan serta loyalitas konsumen terhadap suatu marketplace.[8]

3. *E-commerce*

Sebagai dasar hukum utama, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) melindungi hak konsumen, termasuk dalam hal transaksi yang dilakukan di *platform e-commerce* seperti Tokopedia. Salah satu hak konsumen, menurut Pasal 4 UUPK, adalah memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang atau jasa, sehingga konsumen dapat memilih dengan bijak dan terhindar dari penipuan produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka.

Karena pertumbuhan *e-commerce* yang pesat di Indonesia, peraturan harus disesuaikan untuk memastikan bahwa pelanggan tetap aman saat melakukan transaksi digital. Ini termasuk mencegah penjualan barang palsu di *platform* perdagangan *online* seperti Tokopedia. Dalam ruang *e-commerce*, konsumen rentan terhadap penipuan karena adanya jarak fisik, keterbatasan informasi, serta terdapat potensi misrepresentation gambar dan deskripsi produk, sehingga UUPK dan regulasi khusus perdagangan elektronik harus diimplementasikan secara ketat di *platform* Tokopedia.[9]

---

[8] H.R. Nasution, "Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha Menurut UUPK," Jurnal Akrab Hukum 7, no. 1 (2025), diakses 27 Januari 2026, https://jurnal.locusmedia.id/index.php/jalr/article/download/572/314/811.

[9] I H. Siwi, "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce," *Jurnal Academos*, 2025.

Tokopedia, sebagai salah satu marketplace terbesar di Indonesia, berperan sebagai pihak antara (intermediary) yang menyediakan *platform* bagi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi secara digital. Tokopedia telah menetapkan kebijakan internal yang secara eksplisit melarang penjualan produk palsu, peniruan merek, dan pelanggaran hak kekayaan intelektual (HAKI), serta mewajibkan penjual untuk menyediakan produk asli dan sesuai keterangan. Kebijakan Anti Pemalsuan dan Peniruan Tokopedia menetapkan sanksi administratif seperti pembatasan fitur toko, penurunan produk, atau pemblokiran akun penjual jika penjual melanggar aturan. Ini adalah langkah internal untuk melindungi pelanggan.

4. Upaya Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang memastikan bahwa konsumen memiliki keamanan hukum saat memilih barang dan jasa yang mereka butuhkan, serta mempertahankan dan melindungi hak mereka dalam kasus di mana terdapat suatu transaksi yang dapat atau telah merugikan mereka. Menurut penelitian hukum, upaya perlindungan konsumen tidak hanya bersifat reaktif (misalnya penyelesaian sengketa), tetapi juga bersifat preventif dan pemberdayaan, seperti edukasi konsumen, pengawasan pasar, dan penguatan regulasi. Perlindungan hukum dapat dibagi menjadi beberapa cara, seperti berikut:

a. Secara Hukum, termasuk:

a. Litigasi, penyelesaian sengketa di pengadilan resmi;
b. Nonlitigasi, penyelesaian sengketa di luar pengadilan, biasanya melalui lembaga khusus untuk penyelesaian sengketa konsumen, seperti BPSK;
c. Regulasi, perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dan/atau lembaga negara melalui peraturan; dan
d. Peraturan Mandiri, perlindungan yang diberikan oleh lembaga sendiri.

b. Secara Non-Hukum:
   a. Nir aksi, atau strategi tidak melakukan apa-apa, adalah ketika konsumen merasa dirugikan tetapi memilih untuk tidak melakukan apa-apa.
   b. Ragam aksi, atau variasi, adalah ketika konsumen mencari atau bertindak selain penyelesaian formal.

5. True Wireless Stereo (TWS)

TWS adalah singkatan dari True Wireless Stereo, yaitu jenis earbud nirkabel di mana kedua sisi (kiri dan kanan) tidak dihubungkan oleh kabel sama sekali, baik dengan perangkat (ponsel laptop), maupun di antara satu sama lain. Setiap earbud TWS memiliki speaker, driver, baterai, dan chip Bluetooth sendiri, sehingga masing-masing unit dapat beroperasi secara independen sambil tetap menerima sinyal audio stereo dari perangkat sumber seperti smartphone atau tablet melalui

koneksi Bluetooth.[10] Dibandingkan dengan earphone Bluetooth biasa yang mengandalkan kabel penghubung antara kedua telinga, TWS dirancang untuk meningkatkan mobilitas, portabilitas, dan pengalaman mendengarkan yang benar-benar tanpa kabel. Selain itu, casing pengisian memungkinkan pengisian dan penyimpanan lebih mudah.

AirPods, di sisi lain, adalah produk TWS yang dibuat oleh *Apple*, sehingga secara teknis *AirPods* termasuk dalam kategori TWS namun bukan TWS itu sendiri.[11] *AirPods* memanfaatkan teknologi TWS dengan konektivitas Bluetooth dan charging case, tetapi dibedakan oleh integrasi sangat ketat dengan ekosistem *Apple*: pairing otomatis dengan perangkat iPhone, iPad, dan Mac, pengalaman auto-switch antar perangkat, penggunaan fitur seperti deteksi otomatis saat dipasang/dilepas, akses cepat ke Siri, dan fitur tambahan seperti Active Noise Cancellation dan Spatial Audio pada model tertentu (*AirPods* Pro/Max).[12] Semua *AirPods* adalah TWS, karena memenuhi kriteria earbud nirkabel tanpa kabel di antara kanan-kiri. Namun, tidak semua TWS adalah *AirPods*, karena TWS

[10] Liputan6.com, "Apa Itu TWS? Panduan Lengkap Memahami True Wireless Stereo," *liputan6.com*, 25 Oktober 2024, diakses 4 Maret 2026, https://www.liputan6.com/feeds/read/5755517/apa-itu-tws-panduan-lengkap-memahami-true-wireless-stereo.

[11] 3 Hardbox, "Kenali Perbedaan TWS, Earphone, Earbuds, dan AirPods," *hardbox.co.id*, 26 Oktober 2025, diakses 4 Maret 2026, https://www.hardbox.co.id/artikel/umum/perbedaan-tws-earphone-earbuds-airpods/.

[12] Denka Pratama, "Perbedaan TWS dan AirPods, Mana yang Lebih Cocok untuk Anda?" *denkapratama.co.id*, 19 Januari 2025, diakses 4 Maret 2026, https://denkapratama.co.id/berita_detail/perbedaan-tws-dan-airpods.

bisa berasal dari berbagai merek dengan tingkat integrasi dan fitur yang berbeda.

G. Kerangka Konsep

Penelitian ini didasarkan pada pemahaman bahwa dalam transaksi *e-commerce*, konsumen rentan terhadap praktik perdagangan tidak jujur oleh penjual; ini terutama berlaku untuk barang palsu yang dikenal atau diklaim langsung oleh penjual sebagai produk "100% original atau 100% asli".

Kerangka konsep penelitian ini dimulai dengan fokus pertama, perlindungan konsumen. fokus ini akan dipelajari lebih lanjut dari sudut pandang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Fokus perlindungan termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan produk, serta hak atas informasi yang akurat, jelas, dan akurat sesuai dengan kewajiban pelaku usaha.

fokus lainnya adalah peredaran barang palsu dalam transaksi elektronik melalui toko *e-commerce* Tokopedia di Indonesia sebagai praktik yang menyesatkan dan merugikan konsumen. Praktik ini menyebabkan ketidakseimbangan posisi antara penjual dan konsumen. Penjual memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang informasi asli tentang produk, sedangkan konsumen hanya menggunakan deskripsi *online* tanpa melihat produk secara langsung.

Teori berikut digunakan untuk menjelaskan bagaimana kedua fokus tersebut berhubungan satu sama lain:

a. Teori Perlindungan Konsumen menganggap konsumen sebagai pihak yang harus dilindungi karena mereka lebih lemah daripada pelaku usaha. Teori ini mendasari pentingnya keberpihakan hukum terhadap konsumen, terutama dalam kasus di mana pelaku usaha memberikan informasi palsu atau menyesatkan serta menggunakan taktik curang untuk mengelabui konsumen.
b. Teori Konsumen mempertahankan hak-hak konsumen seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, seperti keamanan, kenyamanan, informasi yang akurat, dan hak untuk memilih barang atau jasa.
c. Teori *E-commerce* yang menjelaskan bagaimana transaksi perdagangan terjadi ketika penjual dan pembeli, atau pihak lain yang terikat dalam perjanjian, mengirim barang, menyediakan jasa, atau menyerahkan hak. Transaksi ini dilakukan melalui media digital, atau elektronik, tanpa perlu kehadiran fisik para pihak.
d. Teori Upaya Perlindungan Konsumen menjelaskan bagaimana pelanggan dan pihak *e-commerce* berusaha menyelesaikan masalah karena pelanggan membeli produk palsu di *platform e-commerce* tersebut.
e. Teori True Wireless Stereo (TWS) yang memberikan informasi mengenai produk yang menjadi pembahasan di penelitian ini, yaitu *AirPods*. Teori ini juga akan digunakan untuk membedakan produk

AirPods asli dan *AirPods* palsu yang beredar di *e-commerce* tersebut.

Konsep ini menempatkan konsumen sebagai subjek yang harus dilindungi secara hukum dari praktik curang yang dilakukan oleh perusahaan yang menyalahgunakan kepercayaan dengan memberikan informasi produk yang salah atau tidak akurat. Sebaliknya, *platform e-commerce* harus tunduk pada prinsip perlindungan konsumen dengan melakukan pengawasan rutin dan pengendalian terhadap toko *online* yang diduga menjual produk palsu.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan yuridis normatif untuk melihat sejauh mana peraturan dan kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah dan Tokopedia sebagai *e-commerce* dapat benar-benar melindungi pelanggan dalam transaksi *e-commerce*, khususnya terhadap produk *Apple AirPods* palsu yang merugikan pelanggan. Penelitian ini juga akan menilai apakah Tokopedia sebagai *e-commerce* memiliki upaya untuk mengatasi dan mencegah kerugian konsumen mereka.